資料　1

消費者契約の適正化について（論点ペーパー）

平成 14 年 8 月 29 日

１．消費者契約の現状 1
（１）苦情相談の状況..... 1
（２）我が国における消費者契約関係法の状況..... 7
（３）諸外国の状況..... 13

２．消費者契約の適正化に向けた基本論点 19
（１）消費者契約の適正化の必要性..... 19
（２）基本的枠組..... 20
（３）情報提供義務について..... 25
（４）高齢者等への対応..... 29

１．消費者契約の現状

（１）苦情相談の状況

論点１

○　現在の我が国における消費者契約の適正化の現状について、消費生活センター等における苦情相談状況からどう評価するか。

（苦情相談から見たポイント）

- **苦情相談全体（契約・解約又は販売方法）は増加を続けている。**
- **説明不足に絡む苦情相談数が多い（2001年で29,633件）。**
- **詐欺・強迫まがいの苦情相談も11年間で11倍に急増しており、苦情相談数も多い（2001年で16,767件）。**
- **電子商取引に絡む苦情相談は前年比2倍と急増している。**
- **クーリングオフ回避の事例も数として多い（2001年で10,285件）。**
- **苦情相談のうち、販売信用を利用したものが消費者契約トラブルの約３割を占める。**

（参考１）消費者契約に関する苦情相談状況

（件数）

	1990 年度	1995	1999	2000	2001	2001/1990
契約・解約または販売方法（全体）	114,215 (100.00)	214,183 (100.00)	379,787 (100.00)	446,045 (100.00)	550,639 (100.0)	4.8 倍
販売信用	37,184 (32.6))	63,746 (29.8)	136.941 (36.1)	148,306 (33.2)	151,713 (27.6)	4.1 倍
所在不明	2,563 (2.2)	5,723 (2.7)	9,683 (2.5)	9,289 (2.1)	9,115 (1.7)	3.6 倍
連絡不能	-	-	-	10,451 (2.3)	15,134 (2.7)	1.4 倍 （注 3）
詐欺・強迫	1,477 (1.3)	4,747 (2.2)	10,309 (2.7)	12,739 (2.9)	16,767 (3.0)	11.3 倍
説明不足	5,228 (4.6)	11,205 (5.2)	21,415 (5.6)	24,090 (5.4)	29,633 (5.4)	5.7 倍
未成年契約	3,379 (3.0)	3,785 (1.8)	6,610 (1.7)	6,430 (1.4)	8,469 (1.5)	2.5 倍
判断不十分契約	1,163 (1.0)	1,308 (0.6)	3,195 (0.8)	4,006 (0.9)	5,501 (1.0)	4.7 倍
ｸｰﾘﾝｸﾞ・ｵﾌ回避（注 4）	2,491 (2.2)	3,936 (1.8)	8,726 (2.3)	9,736 (2.2)	10,285 (1.9)	4.1 倍
ｸﾚｼﾞｯﾄ･ｻﾗ金強要	-	-	-	697 (0.2)	922 (0.2)	1.3 倍 (注 3)
電子商取引	-	-	-	3,711 (0.8)	7,483 (1.4)	2.0 倍 (注 3)
購入商品等のｲﾒｰｼﾞ違い	688 (0.6)	1,498 (0.7)	2,686 (0.7)	3,128 (0.7)	3,403 (0.6)	4.9 倍

(注) 1．全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）による数値

2．（　）内は「契約・解約または販売方法」に占める比率（%）。マルチカウント。

3．「連絡不能」、「クレジット・サラ金強要」及び「電子商取引」の 2001 年度／1990 年度対比は 2000 年度に新設されたキーワードであるため、2001 年度／2000 年度対比。

4．「クーリング・オフ回避」とは、事業者が消費者にクーリング・オフを行使させないような行為を行っているケース。例えば、消費者が購入した商品等を開封させるように誘導し、開封したことをもってクーリング・オフを認めないような事例がある。

（参考２）消費者契約に関わる相談苦情のうち、あっせん困難であった事例

1　説明不足に関連する事例

○　退職時に証券マンが訪れ，退職金で株を購入するように勧められた。退職金は，老人ホームに入る時の資金であるからと断ったが，それまで契約していたファンドと同じで元本割れする心配はないというので出資。その後値下がりしたときに，再び勧誘されて，前の損が取り戻せるならと追加出資したが，半額以下になってしまった。元本を返金してほしい。

（契約者：７０歳代　　契約金額：９００万円程度）

○　30 戸の建売住宅として販売されたうちの一区画を購入。契約時には販売業者からは希望する区画の前面の広大な空き地は「同じ地主でしばらくは建物が建たないので大丈夫。将来はマンションではなく，１戸建てだと思う。」との返事で，希望する区画を購入。その後，空き地に 3 階建てのマンションが建つことになり，既に工事も始まった。

（契約者：２０歳代　契約金額：３６００万円程度）

○　アルカリイオン整水器(３４万円)を購入したが，契約締結後に「この機器の使用に当たっては，肝臓に障害がある人等は医師の相談が必要である」と取扱説明書に書かれていることに気付いた。本人は肝炎であるのに契約前には注意事項の説明が全くなされていなかった。

（契約者：７０歳代　　契約金額：２４１万円（他にも次々販売（＊）による購入多数）

＊次々販売：一人の消費者に業者（複数の業者の場合も含む。）が商品等を次々と販売するというトラブル。

2　不当勧誘に関連する事例

○　下水管クリーニング業者と称する男が訪問。「床下を点検したところ、湿気が多くカビだらけである、放っておくと手遅れになる」と言われ、勧められるままに換気扇と竹炭 80 キロを床下に入れる契約をした。床下を見てみたところ、炭が一部しか入っておらず、カビも発生していなかった。解約したい。

○　在宅で仕事をするために新聞の折込み広告を見て電話をしたら資料が送られてきた。「在宅で月々５万円から７万円の収入がある。１年くらいでクレジットの返済は終了するのであとは全て収入になる。」と言われ資格取得教材の購入契約をした。レベルチェックには合格したが月々3,000 円足らずの収入しかない。今月は仕事の紹介が全くない。当初の説明と内容が違うのでやめたい。

（契約者：３０歳代　　契約金額：５０万円程度）

○　日用品やブランド商品のチラシを購入し，折込み広告に出すなどして配ることにより注文があれば収入になると勧誘され，販売店委託契約の申込みをした。契約金額が多額であったので，業者の指定してきた金融会社と金融消費貸借の契約を結んでしまった。

　契約時には，初回で収入がなかった人はいない，と言われていたが，初回の収入はゼロであった。今後も収入になるか不安なので解約したい。

（契約者：３０歳代　契約金額：４４万円）

○　「至急会って話をしたいので電話をください」と，日時の指定をした葉書が届き，電話をした。すると，イベントを企画している会社で，詳しい説明は会ってからと誘われ，会社に出向いた。そこで，海外旅行等に安く行け，買い物も安くできるというクラブへの入会の勧誘を受けた。また，そのクラブでは、小学生が勉強する道徳ビデオを作成しているとの説明も受けた。これだけ充実したサービスは，無料では提供できないが，４年間毎月約１万８千円払うだけで一生使うことができる，さらに，入会すると先に説明した道徳ビデオも付いてくると言われ入会した。ところが契約書によると，契約の内容は，資格，趣味レッスンなどのビデオテープ２４巻の購入契約で，会員契約はビデオ契約すると受けられる特典で，別途月会費がかかるというもので，この説明は受けていなかった。解約を希望。

（契約者：２０歳代　　契約金額：９０万円程度）

○　8 月上旬、携帯電話のメールで知り合った女性と親しくなり、8 月下旬に電話で遊びにきて欲しいと誘われ展示会へ行くことになった。会場では、その女性からお茶に誘われ会場の一角に座り話をしていたが、そのうち、その女性が 1 着のコートを持ってきた。商品はオーダーになると説明があり、是非買って欲しいと強く勧められた。興味はないと何度も断った。しかし、途中からその女性のほか男性の担当者も加わって２時間位勧誘が続いた。最後には男性担当者が怒鳴りだし、女性は泣いて購入を勧めるなどの状況となったため、断れないと思い購入することにした。しかし、よく考えてみると、オーダーコートといわれていたのに寸法を測ったのは袖丈だけでとてもオーダーとは思えないこと、契約時に威圧的な言い方をされ断れなかった状況だったことなど販売店への不信感が強くなった。その女性も展示会で販売員として対応していたので、販売店と一体ではないかと推測できる。解約を希望。

（契約者：２０歳代　　契約金額：７０万円程度）

３　判断能力不十分な者に対する勧誘事例

○　一人暮らしの高齢者が、訪問販売や展示会販売で、宝石、着物、帯、スーツなど計１５点を４年間に次々と契約し、総額４７０万円となり、支払い困難となった。本人からの聞き取りによると、足が悪く外出困難のため、業者の担当者が車で迎えに来て、展示会場へ行った。いろいろ親切にされ、展示会場では数人から勧められて断わり切れず契約した。

（契約者：７０歳代　　契約金額：４７０万円程度）

○　脳梗塞の後遺症で目が不自由な男性が訪問販売で多機能の電話機を購入したが、文字が見え難く機能が使いこなせない。

（契約者：６０歳代　　契約金額：２０万円程度）

○　８６歳の父が、脳梗塞を患い痴呆が始まった。以前に２度ほど家周りの工事をした業者が、相談者（子供）がいない間にきて、平成１２年に５回、平成１３年に５回工事の契約し、総額が７５０万円にもなった。

（契約者：８０歳代　　契約金額：７５０万円程度）

４　電子商取引に関する事例

○　インターネットで懸賞サイトを次々利用していたところ、気が付かない間に国際電話に接続するソフトをダウンロードしてしまったらしく、国際電話会社から高額な電話料金の請求書が届いた。支払わねばならないか。

（契約者：６０歳代　　契約金額：３万円）

○　インターネットを通じて新車を注文した。代金の一部を支払ったが 3 ヶ月以上待っても納車されない。担当者が次々変わり、途中何度か納車日を約束したが、その後突然納車が遅くなるというメールが届く。これ以上信用できないので解約したい。

（契約者：３０歳代　　契約金額：２５８万円）

５　特殊販売等に関する事例

○　お試し価格３０００円で水道管を清掃するサービスを依頼した。清掃中、８箇所水道栓があるといわれ、全個所清掃した。給水管清掃料は３８万９０００円で、活水器を付けると清掃料を１３万２００円に減額するといわれ、活水器を購入。クーリングオフをしようとしたら、活水器は解約できたが、清掃は特定商取引法の指定役務に該当しないため解約できない、減額分も含めて支払えという。

（契約者：７０歳代　　契約金額：５０万円程度）

○　パソコン教室（期間：１年８ヶ月、回数：１４８回）に入会し、代金５５万円を一括払いのクレジットで支払う契約をした。パソコン教室の会員規約には「納入された受講料は、理由の如何を問わず返却できません」との条項がある。契約４ヶ月目に、夫が香港に海外転勤を命じられ、家族で移住することになった。受講回数２回、未受講回数１４６回。未受講分の解約を申出たが、パソコン教室は特定継続的役務提供に指定されていないため応じてくれない。
（契約者：３０歳代　　契約金額：２５万円程度）

○　点検商法（無料で家の床下を点検するなど言い、結果的に不必要な工事や商品購入契約を締結させる商法）で調湿剤と補強剤を強引に勧誘され契約したが、口頭でクーリングオフの申し出をした。すると、担当者が自宅に来て「無理をして安くしたのに解約されては困る」と言われた。
（契約者：４０歳代　　契約金額：１００万円程度）

6　消費者信用に関する事例

○　脱毛エステの契約をして現金一括で支払い、３回サービスを受けたら店が倒産した。別のエステ店が引き受けてサービスするというので待っていた。ところが、信販契約の人には残りのサービスをするが、一括払いの人には何もしないと書面で連絡があった。こんな不公平が許されるのか。返金して欲しい。
（契約者：３０歳代　　契約金額：４０万円程度）

（２）我が国における消費者契約関係法の状況

論点２

我が国においては、平成 13 年 4 月に施行された、業種横断的に適用される民事ルールである消費者契約法をはじめ、取引分野、業種ごとの個別法令等により、消費者契約の適正化を図ってきている。

個別の法律は、参考３のとおり規定振りに差があり、消費者に対する説明義務、表示義務等についても明確に規定していない法令もみられる。消費者契約の現状を踏まえ、どのような対応が必要か。

法　律　名	公　布	適用範囲	説明義務	表示義務	書面交付義務	適合性原則	不招請勧誘の禁止	その他禁止事項	クーリング・オフ	立証責任軽減	違反に対する罰則等
消費者契約法	平成12年5月	・消費者契約全般	・重要事項（努力義務）								・誤認・困惑による契約は，当該契約を取消し得る ・不当条項等については無効
金融商品の販売等に関する法律	平成12年5月	・金融商品（預金，保険，有価証券等）取引	・重要事項	・勧誘方針の策定・公表		・勧誘方針において，勧誘の対象となる者の知識，経験及び財産の状況に照らし配慮すべき事項を定めなければならない	・業として行う金融商品の販売等に係る勧誘をするに際し，その適正の確保に努めなければならない			・重要事項を説明していない場合，元本欠損額を，重要事項について説明しなかったことによって顧客に生じた損害の額と推定	・損害賠償責任
特定商取引に関する法律	昭和51年6月	・訪問販売 ・指定商品・指定役務	・氏名等明示		・申込みを受けたときは，申込み内容を記載した書面交付　等	（老人その他の判断力の不足に乗じ，契約を締結させることの禁止）		・重要事項の不実告知 ・威迫・困惑させること 　等	・書面 ・8日以内		・必要な措置をとるべきことを指示 ・業務の停止命令 ・罰金，懲役
		・通信販売 ・指定商品・指定役務		・広告を行う際は，販売価格等必要事項を表示	・申込み諾否等について書面により通知		・電磁的方法による提供を受けない旨の申出があった者に対し，電磁的方法により情報の提供の禁止	・誇大広告			・必要な措置をとるべきことを指示 ・業務の停止命令 ・罰金，懲役
		・電話勧誘販売 ・指定商品・指定役務	・氏名等明示		・申込み内容を記載した書面交付　等	（老人その他の判断力の不足に乗じ，契約を締結させることの禁止）	・契約を締結しない意思を表示した者に対して勧誘を禁止	・重要事項の不実告知 ・威迫して困惑させること	・書面 ・8日以内		・必要な措置をとるべきことを指示 ・業務の停止命令 ・罰金，懲役
		・連鎖販売取引		・広告を行う際は，商品の種類等必要事項の表示	・当該連鎖販売業の概要について記載した書面交付	（未成年者その他の者の判断力の不足に乗じ、連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約を締結させることの禁止）	・電磁的方法による提供を受けない旨の申出があった者に対し，電磁的方法により情報の提供の禁止	・一定事項の不告知・不実告知 ・威迫して困惑させること ・誇大広告	・書面 ・20日以内		・必要な措置をとるべきことを指示 ・取引の停止命令 ・罰金，懲役

法　律　名	公　布	適用範囲	説明義務	表示義務	書面交付義務	適合性原則	不招請勧誘の禁止	その他禁止事項	クーリング・オフ	立証責任軽減	違反に対する罰則等
		・特定継続的役務提供（政令で定める役務）			・当該特定継続的役務提供等契約の概要について記載した書面交付	（老人その他の判断力の不足に乗じ，契約を締結させることの禁止）		・誇大広告 ・重要事項の不実告知，威迫して困惑させること	・書面 ・8日以内		・必要な措置をとるべきことを指示 ・業務の停止命令 ・罰金，懲役
		・業務提携誘引販売取引		・広告を行う際は，商品の種類等必要事項の表示	・当該業務提供誘引販売業の概要について記載した書面交付	（老人その他の判断力の不足に乗じ，契約を締結させることの禁止）	・電磁的方法による提供を受けない旨の申出があった者に対し，電磁的方法により情報の提供の禁止	・一定事項の不告知・不実告知 ・人を威迫し困惑させること ・誇大広告 ・電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けている者に対する提供	・書面 ・20日以内		・必要な措置をとるべきことを指示 ・取引の停止命令 ・罰金，懲役
		・売買契約に基づかないで送付された商品							・14日を経過する日までに商品の送付を受けたものが申し込みについて承諾せず，かつ，販売業者がその商品を引き取らないときは，販売業者は返還を請求することができない。		
特定商品等の預託等取引契約に関する法律	昭和61年5月	・特定商品及び施設利用権の預託等取引契約			・締結までに預託等取引契約の内容等の概要を記載した書面交付			・勧誘に際し，重要事項についての不告知・不実告知 ・威迫する言動を交えて預託等取引契約締結の勧誘	・書面 ・14日以内		・業務停止命令 ・罰金・懲役等

法　律　名	公　布	適用範囲	説明義務	表示義務	書面交付義務	適合性原則	不招請勧誘の禁止	その他禁止事項	クーリング・オフ	立証責任軽減	違反に対する罰則等
旅行業法	昭和27年7月	・旅行契約	・取引条件説明 ・求められた際は旅行業務取扱い主任者の証明書の提示	・料金掲示 ・広告を行う際は，旅行業者の氏名等必要事項表示 ・旅行業等である標識の掲示 ・旅行業約款の策定・表示	・サービス内容等について表示した書面交付			・誇大広告 ・掲示料金以上の収受 ・重要事項についての不告知・不実告知			・業務改善命令 ・登録取り消し ・罰金
貸金業の規制等に関する法律	昭和58年5月	・貸金業者との取引		・顧客の見やすい場所に貸付条件等の掲示 ・広告をするときは，貸付利率等を表示	・貸付に係る契約をしたときは，遅滞なく契約の内容を明らかにする書面を交付	・その者の返済能力を超えると認められる貸付の契約を締結すること		・誇大広告 ・取立てに当たって，人を威迫する等によりそのものを困惑させること			
保険業法	平成7年6月	・保険契約	・生面保険募集人及び損害保険募集人の権限等明示 ・顧客から求められたときは，当該保険仲立人が受ける手数料等を明らかにしなければならない ・誠実義務（説明義務ではないが基本原則）		・保険仲立人の氏名等を明示した書面交付			・虚偽事項の告知，重要事項の不告知	・書面 ・8日以内		・業務改善命令 ・登録の取り消し ・懲役，罰金等
証券取引法	昭和23年4月	・証券取引契約	・取引形態の明示		・契約前に取引の概要等を記載した書面交付	・顧客の知識等に照らして投資者の保護に欠けることとなるような業務を営まないこと		・断定的判断を提供して勧誘する等不公正取引の禁止			・業務改善命令 ・登録の取り消し ・懲役，罰金等
商品投資に係る事業の規制に関する法律	平成3年5月	・商品投資販売		・営業所ごとに標識を掲示 ・広告を行う際は，著しく事実に相違する表示，著しく人を誤認させる表示をしてはならない	・契約成立前，成立時に書面交付	（顧客が被る損失の範囲について十分な知識を有しない顧客に対し、商品投資契約等の締結又は更新をする行為　経産省令）		・断定的判断の提供 ・重要事項について不告知，不実告知 ・金銭貸し付け又はその媒介	・書面 ・10日以内		・業務改善命令 ・登録の取り消し ・懲役，罰金等

法　律　名	公　布	適用範囲	説明義務	表示義務	書面交付義務	適合性原則	不招請勧誘の禁止	その他禁止事項	クーリング・オフ	立証責任軽減	違反に対する罰則等
		・商品投資顧問	・忠実義務（説明義務ではないが基本原則）	・広告をするときは，一定事項を表示しなければならない	・契約成立前，成立時に書面交付			・顧客を相手とした特定商品投資に係る取引			・業務改善命令 ・登録の取り消し ・懲役，罰金等
宅地建物取引業法	昭和27年6月	・宅地建物取引	・重要事項等 ・信義誠実義務（説明義務ではないが基本原則）	・広告を行う際は，取引態様の別を明示	・当事者の氏名等を記載した書面を交付			・誇大広告 ・重要事項の不告知・不実告知 ・断定的判断の提供	・書面 ・8日以内		・指示，業務の停止等 ・懲役，罰金
ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律	平成4年5月	・会員権取引 ・指定役務			・会員契約の概要等を記載した書面を交付			・誇大広告 ・重要事項の不告知・不実告知 ・威迫する言動を交えた勧誘 （・断定的判断の提供等）	・書面 ・8日以内		・必要な措置を採るべき旨指示 ・業務の停止等 ・懲役，罰金
割賦販売法	昭和36年7月	・割賦販売 ・指定商品，指定役務の提供		・割賦販売条件の表示	・販売条件を明らかにする書面を交付	・割賦金等が当該購入者の支払能力を超えると認められる割賦販売を行わないよう努めなければならない			・書面 ・8日以内		・改善命令 ・懲役，罰金
		・ローン提携販売 ・指定商品，指定役務の提供		・ローン提携販売条件の表示	・購入者の支払総額等契約の内容を明らかにする書面交付	・割賦金等が当該購入者の支払能力を超えると認められるローン提携販売を行わないよう努めなければならない			・書面 ・8日以内		・改善命令 ・懲役，罰金
		・割賦購入あっせん ・指定商品，指定役務の提供		・割賦購入あっせんの取引条件の表示	・購入者の支払総額等契約の内容を明らかにする書面交付	・割賦金等が当該購入者の支払能力を超えると認められる割賦購入あっせんを行わないよう努めなければならない			・書面 ・8日以内		・改善命令 ・懲役，罰金

注）1　消費者関連法の全てを網羅しているものではない。
注）2　それぞれの項目は，概要を記載したものであり，全てを記載しているものではない。
注）3　（　）内は，政令・省令レベルの規定である。

（３）諸外国の状況

論点３

諸外国における消費者契約適正化に関する法体系を見ると、国による違いはあるものの、

① 民事ルールによる個別的救済

② 行政的な手法も用いた包括ルールによる救済

③ 集団的利益の擁護等による救済

等を組み合わせて契約の適正化を図っている。

我が国の現行制度と比較して、どのような点が参考になるか。

（参考４）海外における法体系

１．アメリカ

①連邦取引委員会法[1]

連邦取引委員会法は不公正な競争方法とともに、消費者取引については不公正または欺瞞的行為を違法（第５条）とする包括法。不公正な行為か否かは消費者に実質的損害がある等を判断基準としており、衣料品表示、食料品店での慣行、ネガティブオプション、クーリングオフ、郵便・電話販売等を規則に基づいて規制するとともに、ダイエット商品の販売方法から内職商法、マルチ商法、チェーンメール詐欺、インターネット詐欺等についても第５条によって対応している。

本法において、広く連邦取引委員会はその責務を果すのに必要な請求（第３条）、情報収集・開示、調査（第６条(a)）を、如何なる事業者、団体、経営陣等に対しても行うことを認められている。こうした調査結果等を受けて、委員会は、法令違反があったと信じるだけの理由がある場合には委員会決定によって命令を出すこと（第５条(b)、命令発出に加えて当該行為を事業者が知っていておこなった場合には民事罰を求めること（第５条(m)(1)(B)）、裁判所に対して直接、仮差止又は永久差止の請求、金銭的救済（損害賠償、撤回等）等により消費者の救済を求めること（第 13 条(b)）、刑事罰が必要な時は司法省に通報すること（第 16 条(b)）ができる[2]。また、適切な場合には金銭的救済を可能にするために資産凍結等を得ることができる。

②非良心性の法理

アメリカでは、判例法において非良心性の法理が確立している。この法理は、契約締結過程において、詐欺や錯誤等には該当しないが、非良心的と評価される事情がある場合、または契約条項が不公正である場合に、契約の効力を否定

---

[1] Federal Trade Commission, “A Brief Overview of the Federal Trade Commission's Investigative and Law Enforcement Authority(1)”,April 1998 による。

[2] 現在は、裁判所では差止と金銭的救済が同時に行えること、差止命令がすぐに有効にできること（委員会決定は決定後 60 日経って始めて有効性を持つ）等から、6 条(a)よりも 13 条(b)が多用されている。

する考え方である。統一商事法典（アメリカ各州の商事取引を現代化し、かつ統一するために作成された統一州法案。全ての州で採用されている。）にその考えが示されている。

> 統一商事法典（UCC）2-302 条　法律問題として、契約締結時に当該契約またはそのなかのある条項が非良心的（unconscionable）であったと判断するときには、裁判所は、その契約の効力を否定すること、非良心的条項を除いた残余の部分を履行されること、または、非良心的な結果を避けるために非良心的条項の適用を制限することができる。

２．イギリス

①1974 年公正取引法

事業者が消費者の利益を損なう行為又は民法、刑法違反等の不公正行為を続ける時、公正取引長官はその事業者から改善措置の確証を書面にて得ることができる（第 34 条）が、万一、確証が得られなかった場合または事業者が措置を遵守しない場合、裁判所に命令を求めることができる（第 35 条）。さらに裁判所の命令に違反した場合、裁判所は、罰金または懲役を課すことができる。

しかし、①公正取引長官は裁判所への申立てに先立ち、事業者からの確約を得るべく努めなければならないとされており、これに関する期間の定めがないことから、無用な遅延が生じる可能性があること、②裁判所が命令を出す実体的要件として、違反行為の継続を必要とされているが、これにより裁判所が多くの証拠を検討する必要が生じてしまったこと、等から、消費者政策の強化のために改正法案（Enterprise Bill）が現在、国会に提出されている。この中で、公正取引庁、地方取引基準局等は何人に対しても職務を果たす上で必要な情報提供を求めることができる（第 217 条、第 218 条）こととなり、事業者との協議期間を最大 2 週間（第 212 条 6 項）と限定し、消費者の集団的利益を害する全ての違反行為に関して裁判所に申立てをすることができる（第 204 条）ことになる。

②1999 年消費者契約に関する不公正条項規制

署名または締結した契約に不公正または不合理と思われる条項がある場合に、当該事業者に対抗できる。不公正な条項の利用に対しては公的機関とともに 1999 年に消費者団体に対しても差止請求権が認められた。

③その他

イギリスにおいても米国同様にコモンローとして非良心性の法理が確立して

いる。また、その他の契約適正化にかかる法として、1968 年取引表示法（商品・サービスの表示に虚偽、誤認させるものがある時、地方取引局が調査、差し押え等を行うことが出来、法令違反に対しては罰金、さらに懲役を課すことができる）、1971 年不招請商品・サービス法（注文していない商品に支払いを求める業者を規制）、1987 年消費者保護規制（事業所から離れて締結された契約の取消）、2000 年消費者保護規制（遠隔地取引において最低 7 日の撤回権を認める）、等がある。

３．ドイツ

① 民法

2000 年、2001 年の改正により、個別法で記述されていた消費者契約規定について、概念・効果・期間を統一し取り込むに至った。その際、消費者・事業者の概念も統一を図った。

訪問取引撤回法、消費者信用法、通信契約法、住宅一時利用権法、通信教育保護法といった消費者取引法について民法に統合するとともに、個々に規定されていた撤回権について統一的規定を置き、特に撤回しない時に初めて有効とする（不確定的無効）のではなく、撤回した時に初めて拘束から免れる（不確定的有効）としたほか、撤回についての理由は要さず、2 週間以内に書面その他持続的データ記憶媒体によるか、または物の返還により行使されなくてはならない（355 条）とした。また物の提供に関して販売パンフレットに基づいて契約を締結する場合に、法律に明示的に認められる時には、撤回権の代わりに返還権を行使できる（356 条）としている。

また、結合契約（ローン提携取引）に関しても消費者信用法および通信契約法を統合した規定を置き、有効に撤回権を行使した場合は、結合契約を締結した事業者に対し、抗弁権の接続が認められている（358,359 条）とした。

その他、信義誠実の原則に反して契約相手を不当に不利益に扱う条項は無効とする（307 条）など、普通取引約款規制法を民法に引継いでいる。

②不公正競争防止法

本法は、事業者間取引だけでなく、消費者の利益保護も担っており、一般条項により業務上の取引において競争の目的をもって善良の風俗に反する行為を行う者に対して差止及び損害賠償を請求することが出来る（第 1 条）。無差別電話勧誘、ダイレクトメール等の不招請勧誘について私的領域を侵害するものとして当該一般条項によって差止請求を認めている。一般条項のほか、消費者に関わるものとしては、誤認を招く又は虚偽表示の差止（第 4 条等）や、そのような表示により誤導された購入者に解除権を認めている（第 13a 条）。差止請求

法第 4 条で規定された消費者団体、ＥＵリストに登録された消費者団体にも差止請求権が与えられている（第 13 条）。

４．スウェーデン[3]

① マーケティング法

商行為において消費者、産業の利益増進を図るとともに消費者、事業者に不公正な慣行を禁止することを目的とした包括法。一般条項として良好な商慣行をとらなければいけない義務、情報開示義務を課す（第 4 条）ともに、誤解を招きやすい広告、販売方法、ネガティブオプション等（第５～13 条）を禁じている。良好な商慣行違反とは誤解を招きやすい表示よりも広い概念で、過度の押し付け、攻撃的、搾取的、不安を助長する反倫理的取引方法等を包含するとされており、その概念の明確化は消費者オンブズマン、市場裁判所の判断に委ねられている。

なお、継続的に良好な商慣行違反またはそれ以外の方法で消費者もしくは他の商業者に対して不公正をもたらす事業者に対しては、科料（第 19 条）、仮差止め（第 20 条）、消費者オンブズマンによる禁止又は情報開示命令（第 21 条）、そして消費者オンブズマン、商慣行によって影響を受ける事業者、消費者団体・労働者等によりストックホルム地方裁判所に対しての差止請求を行うことができる（ストックホルム地方裁判所の上級審かつ最終審が市場裁判所）（第 38 条）。

②消費者契約条項法

消費者の負担によって売主に排他的利益をもたらす契約条項の使用を違法とする法律。私用目的で商品、サービス等を購入する者(消費者)を相手とする契約において不公正な条項が含まれている場合には、市場裁判所が差止命令を発することができるとし、不公正条項の事前規制を可能にした。この差止命令は公法上のものであり、一般私法である契約法とは異なる性格のものである。

③民事ルール

商品・サービス購入（消費者売買法、消費者サービス法、価格情報法）、訪問販売（遠隔地及び訪問販売法）、消費者信用（消費者信用法）、保険（消費者保険法）などによって消費者は保護されている。

しかし、司法アクセスの困難性から消費者権利を守ることは難しいため、消費者苦情審査会（Consumer Complaints Board）が勧告を出すことによって紛争解決を図っている（年間平均 4,000 件）。なお、消費者が同じような苦情を持ち

[3] Sweden Consumer Ombudsman, “Market Law in Sweden” による。

込む時は消費者オンブズマンが審査会に申し立てを行っている。さらに 1997 年末から５年間の試行措置として金融サービスについて消費者オンブズマンが個別消費者に代わって民事裁判の代理訴訟権を行使している。

５．フランス

消費者法典

フランスでは、1993 年に、多くの消費者保護立法を統合して消費法典が制定されている。この法典は、５編からなり、消費者契約については、１）広告、２）通信販売、訪問販売等における不法な商業行為、３）不当条項、等についての契約の一般条件等を規定した第１編「消費者の情報及び契約の成立」、消費者信用、不動産信用、個人破産等について規定した第 3 編「負債」が関係している。また、第 4 編によって消費者団体による団体訴権が規定されている。

２．消費者契約の適正化に向けた基本論点

（１）消費者契約の適正化の必要性

論点４

○　買いたい人が買いたいものを買える環境にすることが基本。契約自由の原則を出発点としつつ、契約自由の原則を修正、制限することが必要な根拠は、①情報力・交渉力の格差、②契約締結過程の公正性、に求めることができるのではないか。

○　また、約款の不当条項の問題など、実現した契約内容の公正性や事業者の行為が消費者に与える影響の度合いも考慮して消費者契約の適正化を図る必要があるのではないか。

（参考５）ニュージーランド消費者保護省による基本的な「市場の失敗」の整理[4]

①情報の非対称性

・適切な意志決定に不十分な情報しかもてない。

・事業者が消費者を騙す又は誤認させるために情報を利用する。

②市場力の濫用

・一企業が市場を支配し、高価格、低品質な商品・サービスのみ提供。

③外部性

・コストや利益を消費者や他者に転嫁して事業活動には跳ね返らない。
（例：欠陥商品による拡大損害、個人情報流出による損害等）

④内部化

・便益が企業にしか還元されない。

⑤公共財・サービスの不提供

⑥取引費用

・取引に必要な情報を入手するのにかかる費用が高い。
（例：証券登録システムが不十分だと取引費用が高くなる等）

⑦安全でない製品

⑧救済の欠如

・救済又は罰則が不十分なために不適切な行為、詐欺的行為がチェックされない。

---

[4] New Zealand Ministry of Consumer Affairs, ”Assessing Costs and Benefits in Consumer Policy Development”, Oct. 1996 による。

（２）基本的枠組

論点５

○　消費者契約にかかる苦情・相談が増加しつづける中で、消費者契約の適正化を図っていくためには、消費者契約の適正化を消費者保護基本法に位置付ける必要があるのではないか。

○　適正化は、どのような枠組で明確化すべきか。

例　①地方方自治体の条例等のように不適正な取引方法をリスト方式で具体的に明示する方法。

②アメリカ、オーストラリア等のように、「不公正または欺瞞的な行為または慣行」や「非良心的行為」等の概念を定め、判断基準を示して裁判所等の判断に委ねる方法。

（参考６）東京都消費者保護条例

（不適正な取引行為の禁止）

第25条　知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不適正な取引行為として規則で定めることができる。

一　消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

二　消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し、電気通信手段を介して一方的に広告宣伝等を送信することにより消費者に迷惑を覚えさせ、消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乗じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等して、契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思形成のないまま契約を締結させること。

三　取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。

四　消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせること。

五　契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。

六　消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。

七　商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又はサービスの購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保

証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせること。

２　事業者は、消費者と取引を行うに当たり、前項の規定により定められた不適正な取引行為を行ってはならない。

（指導及び勧告）

第 48 条　知事は、・・・第 25 条第 2 項に規定に違反している事業者があるときは、その者に対し、地当該違反をしている事項を是正するよう指導し、及び勧告することができる。

(公表)

第 49 条　知事は、事業者が・・・第 48 条の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表することができる。

（参考７）アメリカ連邦取引委員会法（FTC Act）

第 5 条

(a)違法性の宣言

(1)商業における不公正な競争方法、および不公正または欺瞞的な行為または慣行は、これを違法とする。

（中略）

(n) 証明基準

委員会は、消費者に実質的被害を起こすまたは起こすおそれがなく、消費者にとって合理的に避けることができ、消費者又は競争者によって打ち消し得る利益がある場合は、本法本条又は 18 条（15USC§57a）において当該行為又は慣行が不公正として違法性を宣言する権限を有しない。

（参考８）オーストラリア取引慣行法（Trade Practice Act）[5]

第 51AB 条　会社は、商取引において、人に対する商品又は役務の給付若しくは将来の給付に関して、如何なる事業においても非良心的行為に従事してはならない。

２　人（本条において「消費者」と呼ぶ）に対する商品又は役務の給付若しくは将来の給付に関して、会社が本条 1 項（非良心的行為への従事）に違反したかどうかを決定するに際して、裁判所は如何なる制限にも服することなく、下記の要因を考慮することができる。

(a) 会社と消費者の取引上の地位の相対的強さ

(b) 会社が行った行為の結果、消費者が会社の正当な利益を保護するために必要であると合理的に考えられない条件に従うことを強要されたこと

[5] ミッシェル・タン「オーストラリアと日本の消費者保護制度の比較研究」（平成 6 年 12 月）による。

(c) **消費者が、当該商品又は役務の供給若しくは可能な供給に関する全ての文書を理解できたこと**

(d) **会社又は会社のために行為をする者は、商品又は役務の供給若しくは可能な供給に関して、消費者又は消費者のために行為をする者に対し、不当威圧若しくは圧力をかけたこと、又は不公正な策略を用いたこと**

(e) **消費者が当該会社以外の者から同一の、又は代替的な商品又は役務を取得し得た価格又は条件**

論点６

○　消費者契約適正化のため、平成 13 年 4 月に消費者契約法が施行された。消費者契約法は、包括的な民事ルールとして、個々の消費者契約に係る紛争の解決を目指している。一方、事業者の行為により多数の消費者に不利益が生じているような場合には、事業者の行為自体を差し止めることなどにより、消費者の集団的利益の擁護を図ることも検討する必要があるのではないか。

○　業種横断的に消費者の集団的利益の擁護を図ることが可能な法令として、「不公正な取引方法」を規制している独占禁止法がある（独占禁止法は、公正取引委員会が「不公正な取引方法」に該当する行為の差止めを命ずることができる旨規定している。）。しかし、独占禁止法の「不公正な取引方法」は、参考 9 のとおり、消費者取引の公正性の観点から規定されているものではない。そのため、現在の独占禁止法に規定する「不公正な取引方法」の規制においては、消費者への威迫・困惑行為を規制できないなど、必ずしも全ての消費者契約に係る問題に対処できるものとはなっていない。

今後、消費者契約の適正化を図るために、独占禁止法はどのような役割を担っていくことが必要か。

（参考 9）我が国独占禁止法における「不公正な取引方法」

○独占禁止法

第 2 条第 9 項　この法律において不公正な取引方法とは、左の各号の一に該当する行為であつて、公正な競争を阻害するおそれがあるもののうち、公正取引委員会が指定するものをいう。

一　不当に他の事業者を差別的に取り扱うこと。

二　不当な対価をもつて取引すること。

三　不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引し、又は強制すること。

四　相手方の事業活動を不当に拘束する条件をもつて取引すること。

五　自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること。

六　自己又は自己が株主若しくは役員である会社と国内において競争関係にある他の事業者とその取引の相手方との取引を不当に妨害し、又は当該事業者が会社である場合において、その会社の株主若しくは役員をその会社の不利益となる行為をするように、不当に誘引し、そそのかし、若しくは強制すること。

第１９条　事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。

○　公正取引委員会が指定するもの

　不公正な取引方法は、公正取引委員会の告示（一般指定）によって、16 の類型が定められている（このほか、業種によって指定されている特殊指定もある。）

（一般指定で規定されているもの）

　共同の取引拒絶
　その他の取引拒絶
　差別対価
　取引条件等の差別取扱い
　事業者団体における差別取扱い等
　不当廉売
　不当高価購入
　ぎまん的顧客誘引
　不当な利益による顧客誘引
　抱き合わせ販売等
　排他条件付取引
　再販売価格の拘束
　拘束条件付取引
　優越的地位の濫用
　競争者に対する取引妨害
　競争会社に対する内部干渉

（３）情報提供義務について

論点７

○　事業者等の説明不足に係る消費者からの苦情相談の件数が非常に多くなっている（論点１、参考１参照）。平成 13 年 4 月に施行された消費者契約法では消費者に対する情報提供について努力義務を、金融商品販売法においては重要事項についての説明義務について規定している。その他の法律においては、表示・書面交付義務を規定しているものが多い。

情報力格差を前提としつつ消費者に自立を求めるのであれば、事業者は重要な事項に関して、消費者に説明その他必要な措置を行うことにより、消費者への適切な情報提供を行うことを消費者契約の原則として考えるべきではないか。

○　情報提供を行うことを原則と考えても、商品・サービスが複雑化する中では、過剰情報の提供、細字の過剰使用等が消費者の適正な判断を誤らせる可能性もある。そのため、情報提供を求めるだけではなく、分かりやすい説明・表示・助言を行うことなどを求めることも必要になってくるのではないか。

（参考 10）我が国での情報提供義務に関する規定

①消費者契約法

第三条　事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

②金融商品販売法

第三条　　金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項（以下「重要事項」という。）について説明をしなければならない。

一　　当該金融商品の販売について金利、通貨の価格、有価証券市場における相場その他の指標に係る変動を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるときは、その旨及び当該指標

二　　当該金融商品の販売について当該金融商品の販売を行う者その他の者の業務又は財産の状況の変化を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあ

るときは、その旨及び当該者

三　前二号に掲げるもののほか、当該金融商品の販売について顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものとして政令で定める事由を直接の原因として元本欠損が生ずるおそれがあるときは、その旨及び当該事由

四　当該金融商品の販売の対象である権利を行使することができる期間の制限又は当該金融商品の販売に係る契約の解除をすることができる期間の制限があるときは、その旨

③東京都消費生活条例

（不適正な取引行為の禁止）

第 25 条　知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不適正な取引行為として規則で定めることができる。

一　消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結されること。

（参考 11）海外における情報開示義務に関する規定

①フランス

民法典

第 1602 条　売主は、みずからが義務を負うことがらを明確に説明する義務を負う

消費者法典

L111-1 条　商品の売主または役務の提供者であるすべての事業者は、契約締結前に、消費者が商品または役務の基本的な特徴について知ることができるようにしなければならない

②ベルギー

商取引及び消費者の情報と保護に関する 1991 年 7 月 14 日法律

第 30 条　消費者が必要とする情報および消費者が申し出る、または当然のこととして予想できる用途を考慮して、遅くとも販売が終了した時点において、販売業者は消費者に商品、サービスの特徴および販売条件にかかわる正確かつ有益な情報を誠実に提供しなければならない。

③フィンランド
消費者保護法
第 1 条第 2 項　消費者の健康、経済的保護の側面から必要な情報を伝えない商行為は常に不公正とみなさなければならない。

④ヨーロッパ契約法原則
第 2:104 条 1 項
契約内容が個別に交渉されたものでない場合、契約締結以前に相手方の注意を喚起する合理的な手順を踏んだ時に限って、当事者はその内容を知らない相手方に契約内容を提示することが出来る。

（４）高齢者等への対応

論点８

○　近年、高齢者の消費者トラブルが増加傾向にある（全相談件数に対する 60 歳以上の相談件数の割合：平成 6 年度 12.8%→平成 12 年度 16.4%（国民生活センター））。

また、販売方法別にみても、訪問販売やネガティブオプションに係るトラブルが多くなっている。最近では、特定の消費者に対して、業者（複数の業者の場合を含む。）がさまざまな商品を次々と販売するいわゆる「次々販売」に係るトラブルに高齢者が巻き込まれる事例が増加している。

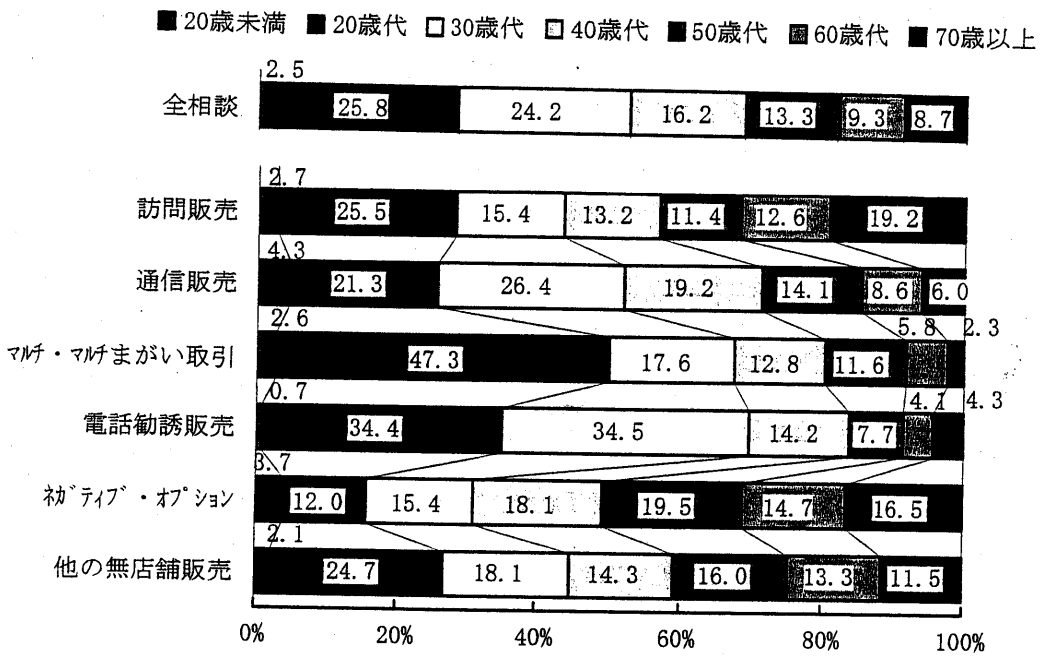
通常の消費者は、情報提供を通じて情報力格差をある程度埋められるが、高齢者、未成年者、障害者等には、特別な配慮が求められるのではないか。

○　消費者の知識、経験、資力、契約目的等に適合して勧誘・販売を行うという原則（適合性原則（Know your customer rule））が、法令等にみられる。

・ 最近は、特に金融関係の分野において、「契約者の年齢、社会的地位、経済知識、投資経験、資力、理解程度等に応じて、具体的に説明すべき義務を事業者が負う」といった裁判例もみられる。
・ 証券取引法、特定商取引法施行規則などでは、同原則に沿った規定が置かれている。
・ 諸外国の法律においても、同原則に沿った規定がみられる。

○　適合性原則を、上記のような高齢者等への対応策としてどう活用できるのか。また、高齢者、未成年者、障害者等、その属性毎に規定を置くといった手法についてはどのように考えるか。

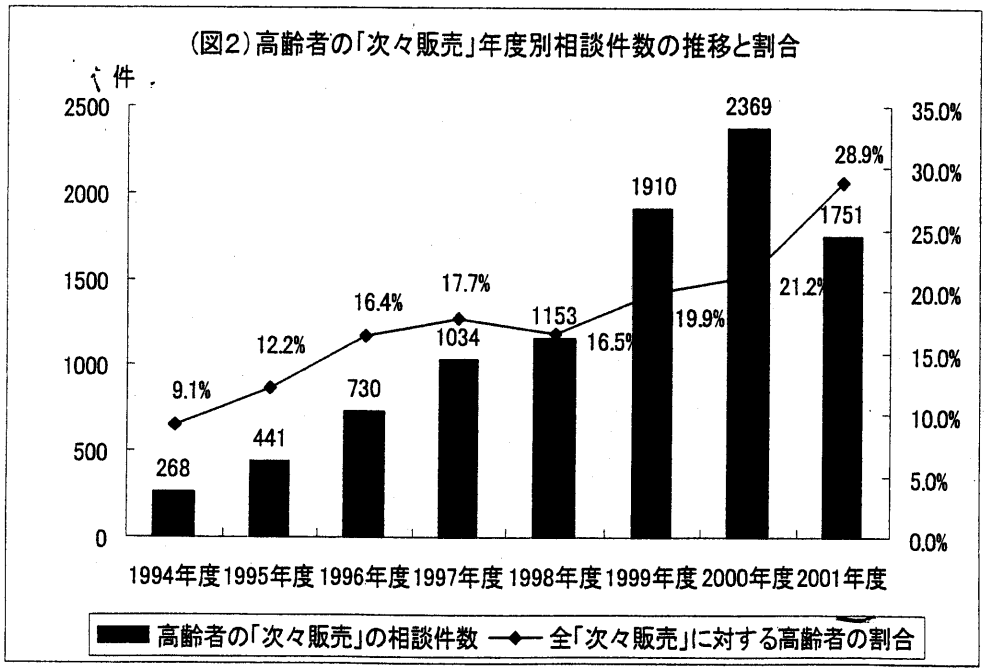
（参考 12）苦情相談（取引類型別）に係る相談件数の年齢別割合



（注）構成比は「不明」および未記入分を除いたものを100とした。
2001年5月末日までの入力分。

出典：国民生活センター「消費生活年報 2001」。

（参考 13）高齢者（60 歳代以上）の「次々販売」年度別相談件数の推移と割合



出典：国民生活センター「消費生活年報 2001」。

（参考 14）金融商品の契約における情報提供義務に関する裁判例
＜東京地裁判決平成 8 年 7 月 10 日＞

変額保険について勧誘する者は、契約者の年齢等に応じて具体的に説明すべき義務があるとした事例

変額保険が新しい保険で、定額保険と大きく異なっていること、かつ変額保険自体及びこれを利用してする相続税対策の仕組みが一般にはなかなか理解しがたいものであると認められること、保険料も多額であり、・・・変額保険を勧誘する者には、信義則上、契約者に対し、変額保険の概要、仕組みを説明することはもとより、そのリスクについても、契約者の年齢、社会的地位、経済知識、投資経験、資力、理解程度等に応じて、具体的に説明すべき義務がある。・・・（ただし、）契約当事者として当然すべき調査、確認を怠っており過失があった。

（参考 15）未成年者契約
民法
第 4 条　未成年者カ法律行為ヲ為スニハ其法定代理人ノ同意ヲ得ルコトヲ要ス
但単ニ権利ヲ得又ハ義務ヲ免ルヘキ行為ハ此限ニ在ラス
２ 前項ノ規定ニ反スル行為ハ之ヲ取消スコトヲ得

（参考 16）我が国における高齢者等に配慮する規定
①特定商取引法施行規則
（訪問販売における禁止行為）
第 7 条　法第７条第 3 号（＊）の経済産業省令で定める行為は、次の各号に掲げるものとする。
二　老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること。
（注）その他電話勧誘販売、特定継続的役務提供についても同様の規定がある。

＊特定商取引に関する法律第 7 第 3 号
（指示）
第７条　主務大臣は、・・・次に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。
三　前二号に掲げるもののほか、訪問販売に関する行為であつて、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

②証券取引法

第 43 条　証券会社は、業務の状況が次の各号のいずれかに該当することのないように、業務を営まなければならない。

一　有価証券の買付け若しくは売付け若しくはその委託等、有価証券指数等先物取引、有価証券オプション取引若しくは外国市場証券先物取引の委託又は有価証券店頭デリバティブ取引若しくはその委託等について、顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる勧誘を行つて投資者の保護に欠けることとなつており、又は欠けることとなるおそれがあること。

③北海道消費生活条例[6]

（商品及び役務に係る不当な取引方法の禁止）

第１６条　事業者は、消費者の知識、能力又は経験の不足に乗じて、消費者を不当に誘引し、又は唆す等の消費者にその供給する商品又は役務の選択を誤らせるような取引方法で知事が定めるもの（以下「不当な取引方法」という。）を用いてはならない。

④埼玉県民の消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則

（不当な取引行為）

第 1 条　条例第 21 条第 1 号（不当な取引行為の禁止）に該当する行為で規則で定めるものは、次に掲げるとおりとする。

１２　消費者の不幸を予言すること、消費者の健康上の不安、老後の不安その他の生活上の不安を殊更にあおること等により、消費者を心理的に不安な状態に陥れて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

１５　消費者の知識、経験、判断力等の不足に乗じて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

⑤日本訪問販売協会「訪問販売に関する自主行動基準」

（３）商品の説明

ク　消費者がいわゆる「社会的弱者」と考えられる場合、説明には一層の注意を払う。

---

[6] 同様の規定が、その他岩手県（第 7 条の 2）、群馬県（第 11 条の 2）、福井県（13 条）、岐阜県（第 12 条の２）、愛知県（第 13 条）、兵庫県（第 8 条の２）、岡山県（第 11 条）、広島県（第 24 条の２）、佐賀県（第 15 条）長崎県（第 21 条）、大分県（第 14 条）、鹿児島県（第 14 条）、沖縄県（第 19 条）等がある。

⑥日本通信販売協会「通信販売業における電子商取引のガイドライン」
３．９ 年少者、高齢者への配慮
年少者、高齢者その他取引に関する情報について十分な理解能力を持たない者に対しては、特別の注意をはらわなければならない。

⑦日本商品先物取引協会「受託等業務に関する規則」
第３条　会員は、商品市場における取引について、顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる受託等業務を行ってはならない
２　会員は、不適当と認められる受託等業務を行うことのないよう、顧客の適合性を調査し、先物取引に不適合と判断される者の参入を防止しなければならない。
３　会員は、取引開始後においても、顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相応と認められる過度な取引が行われることのないよう、適切な委託者管理を行うものとする。

（参考 17）海外における高齢者等に配慮する規定
①アメリカ
1994 年犯罪操作・法執行法
第 250003 条
　米国連邦量刑委員会は 55 歳以上の高齢者に対する詐欺行為について被害を適切に調整するために量刑ガイドラインを見直し、必要ならば修正を行わなければならない。

詐欺的勧誘に対する高齢市民法（18 USC§2325～2327）
第 2326 条　刑罰の過重
　電話勧誘販売と関連して、・・・有罪とされる者は、・・・
（略）
（２）(A)55 歳以上の人を 10 人以上犠牲にした場合、または、(B)55 歳以上の人をねらった場合には、前記各規定に基づく拘禁に加え、10 年以下の拘禁を付加される。

②フランス
消費者法典
第Ｌ122-8 条（弱点の濫用）
　住居訪問によって、即金での義務負担またはいかなる信用形式での義務負担をもなさしめるために、人の弱さまたは無知を濫用する者は、引き受けた義務

範囲を被害者が判断できる状態になかった旨が状況により示された場合、義務負担をなさしめるために用いられた術策または詭計を被害者が見抜くことができる状態になかった旨が状況により示された場合、あるいは状況により被害者が強制に従ったものと判明した場合には、5年の拘禁刑、9,000ユーロの罰金の双方またはいずれかが科されるものとする[7]。

③オランダ
民法
第3編第45条4項[8]
　相手方が窮乏状態、依存性、軽率さ、異常な精神状態または経験のなさといったような特殊な事情の結果として法律行為をすることへと動かされている場合において、このことを知りまたは知るべきであった者が、自らが知りまたは知るべきであったことによれば相手方が法律行為をするのを阻止すべきであったにもかかわらず、その法律行為をするように推進したときには、この者は、状況の濫用を犯している。

④ヨーロッパ契約法原則
第4:109条1項
　当事者は契約締結時に以下の状態にある場合、契約を取り消すことが出来る。
(a)相手方に対して依存・信頼を置く関係にある場合や、経済的窮乏、逼迫、又は軽率、無知、未経験又は交渉能力に欠けるところがあった場合において、
(b)相手方がかかる事情を知り又は知るべきであったにも関わらず、当該契約の状況及び目的に照らし著しく不公正な方法でその当事者の事情に付け込み、もしくは過大な利益を手にした時

⑤ユニドロワ国際商事契約原則[9]（ユニドロワ　(UNIDROIT、私法統一国際協会）が、１９９４ 年に、各種の国際取引上の契約に適用されることを想定して公表した契約原則）
第3.10条1項
　契約又はその個々の条項が、契約締結時に、相手方に過剰な利益を不当に与えるものであった場合、当事者はその契約または条項を取り消すことができる。その際、他の要素とともに以下の各号に定める要素が考慮されなければならない。

---

[7] L-122-9条で電話勧誘、ファックス勧誘、集会・展示会等での勧誘に関する同様の規定をしている。
[8] 潮見佳男「比較法の視点から見た「消費者契約法」」民商法雑誌第123巻第4/5号による。
[9] 日本語公式版に向けた暫定稿（曽野和明、廣瀬久和、内田貴、曽野裕夫訳）による

(a)その当事者の従属状況、経済的困窮もしくは緊急の必要に、またはその当事者の無思慮、無知、経験の浅さもしくは交渉技術の欠如に、相手方が不当につけ込んだという事実
(b)その契約の性質および目的